

## Tilburg University

### Beeldvorming door taal

Renkema, J.

*Published in:*  
Kunst en Wetenschap

*Publication date:*  
1994

[Link to publication in Tilburg University Research Portal](#)

*Citation for published version (APA):*  
Renkema, J. (1994). Beeldvorming door taal. *Kunst en Wetenschap*, 3, 7-9.

#### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

#### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

# BEELDVORMING DOOR TAAL

## DE KWALITEIT VAN EEN BRIEF

JAN RENKEMA

Veel lezers zijn in staat om na het lezen van een tekst niet alleen de inhoud ervan na te vertellen maar ook een beeld te schetsen van de auteur: man of vrouw, oud of jong, vriendelijk of onvriendelijk enzovoort. Wij vinden het helemaal niet vreemd dat iemand die een brief ontvangt van een onbekende en die persoon daarna ontmoet, kan zeggen: 'Goh, ik had me u precies zo (of heel anders) voorgesteld.' Kennelijk wordt tussen de woorden van een tekst iets opgeroepen. Wat voor persoonlijke brieven geldt, geldt ook voor brochures en antwoordbrieven van instellingen. Ook deze teksten presenteren niet alleen inhoud van woorden, maar roepen ook een beeld op over de betrouwbaarheid, klantgerichtheid enzovoort van de instelling.

Deze eigenschap van teksten heeft een belangrijke rol gespeeld in een onderzoek naar tekstkwaliteit. Een ieder die wel eens betrokken is geweest bij discussies over de vraag hoe goed of slecht een tekst is, weet hoe snel deze discussies kunnen verzanden in het langs elkaar heen praten over vage criteria. Bij een antwoordbrief bijvoorbeeld let de een meer op de inhoud, en een ander meer op de toon. Bij het beoordelen van een brochure let de een meer op de overzichtelijke indeling en een ander meer op de duidelijkheid van de voorbeelden. Een van de manieren om een antwoord te krijgen op de kwaliteitsvraag is de volgende. Bepaal eerst welk beeld een instelling oproept, in termen van betrouwbaarheid enzovoort. Leg dan teksten voor, en meet daarna weer de beeldvorming. Als bij een voldoende in de voormeting de nameting ook een voldoende geeft, is het aannemelijk om te veronderstellen dat de kwaliteit van de teksten voldoende is. Bij een onvoldoende in de voormeting moet de nameting verbetering te zien geven. Een kans om zo'n onderzoek te doen deed zich voor toen de Belastingdienst bij de Letterenfakulteit in Tilburg aanklopte met het verzoek om onderzoek te doen naar de kwaliteit van inlichtingenbrieven aan burgers.

### INLICHTINGENBRIEVEN

Bij de Belastingdienst loopt reeds een aantal jaren een taalproject. Doel van dit project is onder andere de communicatieve kwaliteit van alle uitgaande teksten te verbeteren: formulieren, brochures, standaardteksten en persoonlijke brieven. Op het gebied van formulieren enzovoort is al veel vooruitgang geboekt. Het laatste en moeilijkste onderdeel betreft de vrije teksten, de persoonlijke brieven. Om meer zicht te krijgen op wat er eventueel moest verbeteren, moest eerst nagegaan worden wat de kwaliteit is. Voor een antwoord op deze vraag zijn - in het geheim, maar met toestemming van de directie - verspreid over het hele land tachtig brieven verstuurd. De antwoorden kwamen via de correspondenten direct bij de Letterenfakulteit in Tilburg terecht. Het voert hier te ver om het volledige onderzoek samen te vatten. In deze bijdrage gaat het om één van de tien onderzoeksvragen: de beeldvorming. Om enig beeld te geven van het onderzoek volgt hier een voorbeeld van een vraagbrief en een voorbeeld van een antwoordbrief.

*Geachte inspecteur,*

*De werkgever van mijn echtgenoot heeft hem gevraagd vanaf augustus hem de komende drie jaar te vertegenwoordigen in Indonesië. Nu is het zo dat wij hier een eigen huis hebben dat we over drie jaar graag weer willen betrekken. Wij willen het dus niet verkopen, maar de hypotheek loopt wel door. Nu overwegen wij om het gemeubileerd te verhuren voor drie jaar. Dan betaalt het zichzelf.*



*Mijn echtgenoot hoorde echter van een collega, dat dat allerlei fiscale consequenties heeft. De huur zou inkomen zijn, de rente niet aftrekbaar en de onderhoudskosten weer wel. De brochure over eigen woning die ik onlangs bij een belastingkantoor heb afgehaald, vermocht mij niet meer duidelijkheid te verschaffen.*

*Daarom wend ik mij tot u. Zou u mij kunnen uitleggen hoe het fiscaal gezien in elkaar zit? En hoe gaat het met de aangifte als wij in het buitenland zijn? In verband met het werk van mijn echtgenoot vertrekken wij morgen voor zes weken naar Duitsland. Zou u uw antwoord willen sturen naar het adres hieronder. De post wordt naar ons doorgefaxt.*

*Bij voorbaat mijn dank en hoogachtend, ondertekening.*

*Geachte mevrouw Burger,*

*In antwoord op Uw schrijven van d.d. 5 juni 1993 deel ik U het volgende mede in zake Uw woning bij vertrek naar het buitenland. De inkomsten die U ontvangt bij verhuur van Uw woning zijn inderdaad belast voor de inkomstenbelasting in Nederland, het is tenslotte een bron van inkomsten in Nederland.*

*Daar U de intentie heeft na Uw uitzending weer in Uw eigen woning te gaan wonen, valt U onder regelingen van 'tijdelijk verhuur'.*

*In Uw geval, verhuring gestoffeerd en gemeubileerd, wordt 3/4 maal 2/3 van de bruto huuropbrengst als inkomsten gerekend. Hiervan kunt U nog hypotheekrente, periodieke betalingen (zoals erfpacht etc.) en eventuele beheerkosten aftrekken. In deze regeling is onderhoud niet aftrekbaar. Voor de vermogensbelasting wordt 60% van de waarde in aanmerking genomen.*

*U vindt bij deze brief ingesloten enkele brochures ter verduidelijking.*

*Ik hoop U hiermee te hebben ingelicht, ondertekening.*

Deze en andere brieven zijn in het onderzoek uitvoerig geanalyseerd. Dit is een voorbeeld van een middelmatige brief. De tekst is bovendien voorgelegd aan belastingplichtigen. Zij moesten zich eerst inleven in de situatie van de vraagbrief en daarna per antwoordbrief een veertigtal vragen beantwoorden over toon, inhoud, opbouw en formulering. Voor deze brief gold bijvoorbeeld dat de helft van de ondervraagden het antwoord te ambtelijk vond (toon), goed beargumenteerd (inhoud), goed opgebouwd (opbouw) en vaag geformuleerd (formulering).

### IMAGO

en groot probleem in dit type onderzoek vormt de weging van alle oordelen. Wat zegt het nu dat de helft van de ondervraagden een tekst op een bepaald punt positief of negatief beoordeelt?

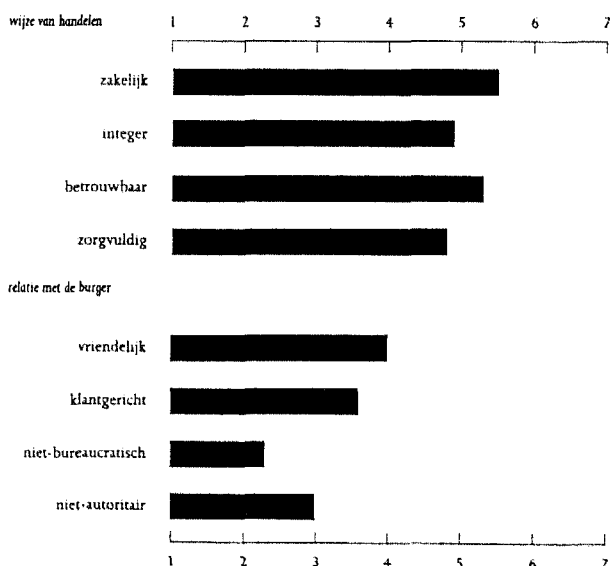
Wanneer is een antwoordbrief goed genoeg? In dit onderzoek zijn de twaalf als meest positief beoordeelde brieven gebruikt voor het beantwoorden van deze vraag. Deze brieven zijn voorgelegd aan in totaal 150 belastingplichtigen.

Aan het begin van het onderzoek - dus voordat de proefpersonen wisten dat het om tekstbeoordeling ging - werd meegedeeld dat het onderzoek betrekking had op de Belastingdienst, en dat daarom een aantal vragen over deze instelling beantwoord moest worden. In overleg met de Belastingdienst waren een aantal zevenpuntsschalen opgesteld over de aspecten 'wijze van handelen' en 'relatie met de burger'. De Belastingdienst wil bij de burger graag overkomen als een instantie die 'zakelijk' werkt (dus niet beïnvloedbaar door subjectieve, persoonlijke factoren) en als een instantie die integer, betrouwbaar en zorgvuldig handelt. De Belastingdienst wil - zoals elk bedrijf - vriendelijk en klantgericht overkomen. Omdat het een overheidsinstantie is, was het ook van belang om na te gaan in hoeverre de dienst als bureaucratisch of autoritair wordt ervaren. In de volgende figuur staan de resultaten van de peiling.

De scores lopen van 1, 'bijzonder onzakelijk' enzovoort tot 7, 'bijzonder zakelijk' enzovoort. Een score van 4 wil zeggen: noch het een noch het ander. We zien dat de wijze van handelen als redelijk zakelijk wordt beoordeeld, en dat de Belastingdienst ook integer, betrouwbaar en zorgvuldig overkomt. Over de relatie met de burger wordt minder positief geoordeeld. De Belastingdienst is niet zo klantgericht, bureaucratisch en aan de autoritaire kant. N.B. De laatste twee kenmerken zijn ontkennend geformuleerd (met 'niet'). In de figuur staan nu alleen positief te duiden eigenschappen.

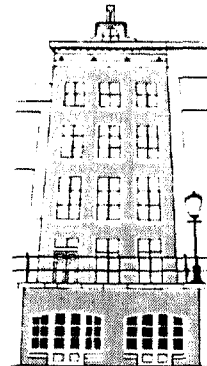
Hoe is de beeldvorming na het lezen van een antwoordbrief. De 150 belastingplichtigen hebben ieder drie brieven beoordeeld, en steeds na elke brief weer de zevenpuntsschalen ingevuld. In de volgende figuur staan de gemiddelden over alle 450 oordelen.

Deze figuur is gebaseerd op de scores voor de voormeting. Deze zijn als nullijn opgenomen. Omdat het hier om gemiddelden gaat, staat onder de nul ook het teken voor het gemiddelde, de X met een streepje erboven. Links staat tussen haakjes per item hoe hoog het gemiddelde is. Deze getallen komen dus overeen met de lengte van de staven in figuur 1. De lengte van de staven links en rechts van de nullijn maakt zichtbaar hoe ver de scores afwijken van de gemiddelden in de voormeting. De asterisken geven de onder- en bovengrens aan van het 99-procent betrouwbaarheidsinterval van de scores in de voormeting. Wanneer de gemiddelde scores van de nameting links of rechts van de asterisk liggen, is er sprake van een significant verschil. Eenvoudiger geformuleerd: wanneer de asterisk in de staaf staat, is het verschil significant; wanneer de asterisk buiten de staaf valt, is het verschil niet significant.



Figuur 1 - Imago-meting vooraf

Ingezonden mededeling



## INSTITUUT NIEUW BLANKESTIJN

een versnelde  
waardevolle opleiding

**ATHENEUM - HAVO - MAVO**

de laatste twee jaren in één

Leerlingen krijgen les

- in kleine groepen met intensieve begeleiding
- van vakbekwame docenten met ruime ervaring
- met heldere uitleg en examengerichte oefening
- volgens een strak studieschema
- met dagelijkse overhoringen
- in een prettige onderwijs sfeer

**Extra lessen in spelling en rekenen.**

Gastgezinnen zijn beschikbaar.

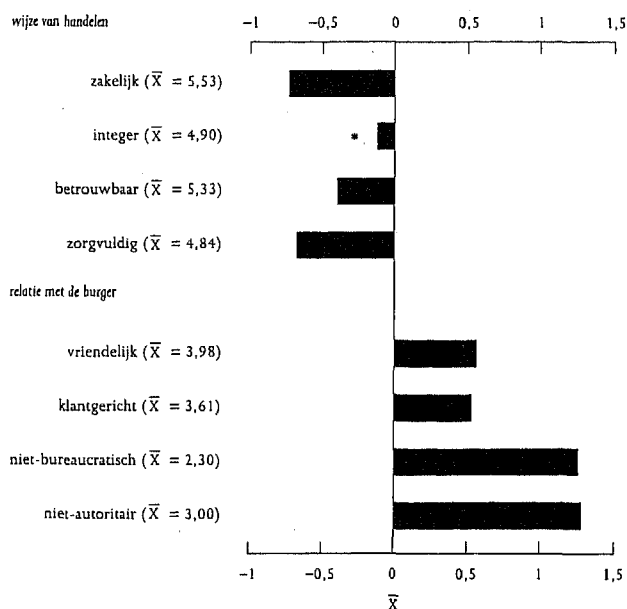
Laat u door ons inlichten over de voordelen van  
schoolexamens en staatsexamens.

**OUDERWETS-DEGELIJK ONDERWIJS**

Informatie bij H.C. Mulder en F.J. van Heijningen.  
Oudegracht 189, 3511 NE Utrecht. Telefoon: 030 - 314541.

Uit figuur 2 blijkt dat er een significant verschil is tussen voormeting en nameting, met uitzondering van het item 'integer'. De twaalf beste brieven uit het onderzoek hebben een negatief effect op de aspecten 'zakelijkheid', 'betrouwbaarheid' en 'zorgvuldigheid', en een positief effect op het imago-aspect 'relatie met de burger' (de onderste vier staven). Met andere woorden: gemiddeld genomen veranderen de belastingplichtigen na de beste twaalf brieven hun visie op de Belastingdienst op twee punten: de Belastingdienst is minder zakelijk, betrouwbaar en zorgvuldig dan vermoed. Maar de Belastingdienst is ook vriendelijker, klantgerichter, en veel minder bureaucratisch of autoritair dan de burger had gedacht. Het oordeel over de 'relatie met de burger' blijft overigens over het geheel genomen wat aan de lage kant, en dus nog voor verbetering vatbaar. Kortom, wanneer we 'voldoende kwaliteit' mogen operationaliseren als 'bijdragend aan de verbetering van het imago', dan moet geconcludeerd worden dat de beste brieven uit het onderzoek slechts voor een deel bijdragen aan imago-verbetering, dus nog geen aanspraak kunnen maken op het predikaat 'van voldoende kwaliteit'.

Wat mag men nu uit dit onderzoek naar beeldvorming concluderen. Ten eerste, we hoeven nu niet meer in discussie te treden over de vraag of zo'n brief werkelijk van belang is voor het imago. Een tekst beïnvloedt wel degelijk het beeld van de instelling. Ten tweede, het onderzoek richtte zich - om technische redenen - alleen op de twaalf beste brieven. Figuur 2 geeft dus een geflatteerd beeld. Ten derde, dit onderzoek toont ook aan hoe noodzakelijk een verfijnd imago-onderzoek is. Na het ontvangen van een persoonlijk antwoord is het voorstelbaar dat de afzender hoger scoort op klantgerichtheid. Maar minder voor de hand liggend is de lagere score op inhoudelijke elementen, op de handelwijze. Pogingen tot verbetering van de persoonlijke correspondentie zullen zich dus niet alleen op taalgebruik moeten richten maar ook op inhoudelijke deskundigheid.



Figuur 2 - Imago-gemiddelde achteraf ten opzichte van de voormeting

**Taal mag geen belasting zijn. Een onderzoek-in-burger naar brieven van ambtenaren.** Sdu, Den Haag, 1994. ISBN 90 12 06720 0. f 29,90.

*Jan Renkema (1948) was o.a. taalkundig adviseur bij de Tweede Kamer, eindredacteur van het maandblad Onze Taal en buitengewoon hoogleraar Cultuurwetenschappen aan de Open Universiteit. Hij doceert nu aan de Letterenfaculteit in Tilburg. Hij publiceert over stilistiek, tekstwetenschap en taalbeheersing.*